

opinionway,

— POUR —



LA COMPAGNIE DES
DÉBOUCHEURS

« *Arnaquer*, sport national ? »

Les petites entourloupes
du quotidien des Français

Septembre 2025





opinionway

Crédits : dev-asangbam

La méthodologie

La méthodologie

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour La Compagnie des Déboucheurs »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de **1 006 personnes, représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 10 au 12 septembre 2025**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Le profil de l'échantillon

opinionway

Crédits : adobe stock

Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE

Sexe %

Hommes	48%
Femmes	52%

Age %

18 à 24 ans	10%
25 à 34 ans	15%
35 à 49 ans	24%
50 à 64 ans	24%
65 ans et plus	27%

Région %

Ile-de-France	19%
Nord-ouest	23%
Nord-est	22%
Sud-ouest	11%
Sud-est	25%

Activité professionnelle %

Catégories socioprofessionnelles supérieures 29%

Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
Professions libérales / Cadres	10%
Professions intermédiaires	15%

Catégories populaires 29%

Employés	17%
Ouvriers	12%

Inactifs 42%

Retraités	28%
Autres inactifs	14%

Taille d'agglomération %

Une commune rurale	21%
De 2000 à 19 999 habitants	18%
De 20 000 à 99 999 habitants	14%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	17%



Les résultats

opinionway

Crédits : adobe stock



1

Les petits mensonges
du quotidien

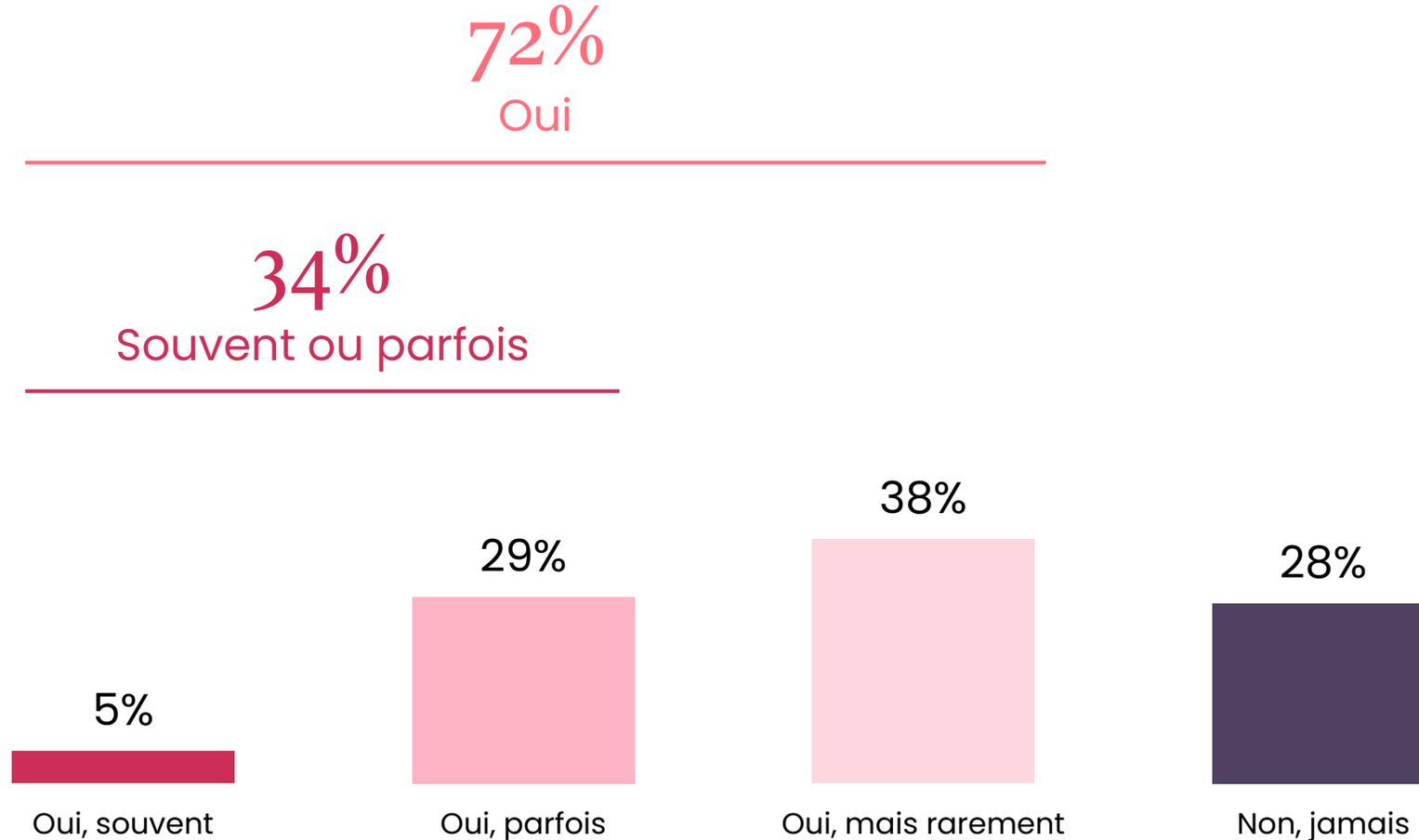


Les petits arrangements avec la vérité au quotidien



1006
personnes

Q. Vous est-il déjà arrivé, au cours de votre vie, de ruser, tricher ou vous arranger un peu avec la vérité ?
(Par exemple : profiter d'un oubli de monnaie, mentir à votre employeur, faire une fausse déclaration, etc.)





Les petits arrangements avec la vérité au quotidien



1006
personnes

Q. Vous est-il déjà arrivé, au cours de votre vie, de ruser, tricher ou vous arranger un peu avec la vérité ?
(Par exemple : profiter d'un oubli de monnaie, mentir à votre employeur, faire une fausse déclaration, etc.)

	% Total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	72%	74%	70%	76%	79%	73%	71%	67%	77%	75%	66%
Sous-total Souvent ou Parfois	34%	35%	34%	45%	47%	41%	29%	22%	44%	39%	23%
...Oui, souvent	5%	4%	6%	17%	11%	4%	2%	-	6%	8%	2%
...Oui, parfois	29%	31%	28%	28%	36%	37%	27%	22%	38%	31%	21%
...Oui, mais rarement	38%	39%	36%	31%	32%	32%	42%	45%	33%	36%	43%
Non, jamais	28%	25%	30%	22%	21%	26%	29%	33%	22%	25%	33%



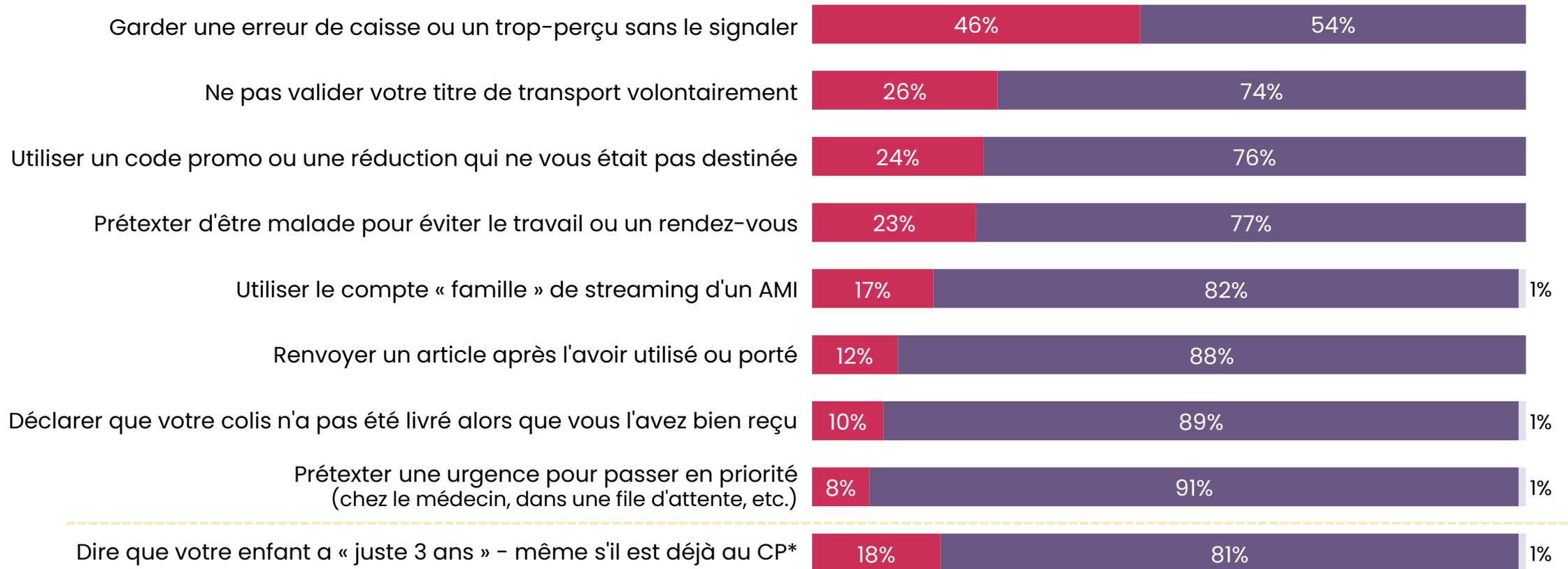
Les petits mensonges du quotidien

Q. Vous est-il déjà arrivé, oui ou non, de... ?



1006 personnes

72% ont déjà réalisé au moins un petit mensonge



● Oui ● Non ● NSP



Les petits mensonges du quotidien



1006
personnes

Q. Vous est-il déjà arrivé, oui ou non, de... ?

	% Oui	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Au moins un petit mensonge	72%	69%	74%	81%	78%	78%	71%	60%	81%	74%	63%
Garder une erreur de caisse ou un trop-perçu sans le signaler	46%	46%	45%	23%	50%	53%	49%	42%	55%	45%	39%
Ne pas valider votre titre de transport volontairement	26%	25%	26%	42%	33%	28%	23%	15%	34%	29%	17%
Utiliser un code promo ou une réduction qui ne vous était pas destinée	24%	20%	28%	33%	40%	31%	20%	9%	32%	31%	14%
Prétexter d'être malade pour éviter le travail ou un rendez-vous	23%	18%	29%	51%	31%	24%	17%	14%	26%	24%	21%
Utiliser le compte « famille » de streaming d'un AMI	17%	17%	17%	41%	26%	19%	11%	7%	23%	18%	12%
Renvoyer un article après l'avoir utilisé ou porté	12%	10%	13%	23%	24%	15%	7%	2%	17%	16%	6%
Déclarer que votre colis n'a pas été livré alors que vous l'avez bien reçu	10%	9%	12%	17%	21%	15%	7%	2%	15%	12%	6%
Prétexter une urgence pour passer en priorité (chez le médecin, dans une file d'attente, etc.)	8%	8%	9%	22%	17%	7%	3%	4%	10%	10%	6%
Aux parents Dire que votre enfant a « juste 3 ans » – même s'il est déjà au CP*	18%	21%	16%	22%		19%	11%		18%	20%	18%**

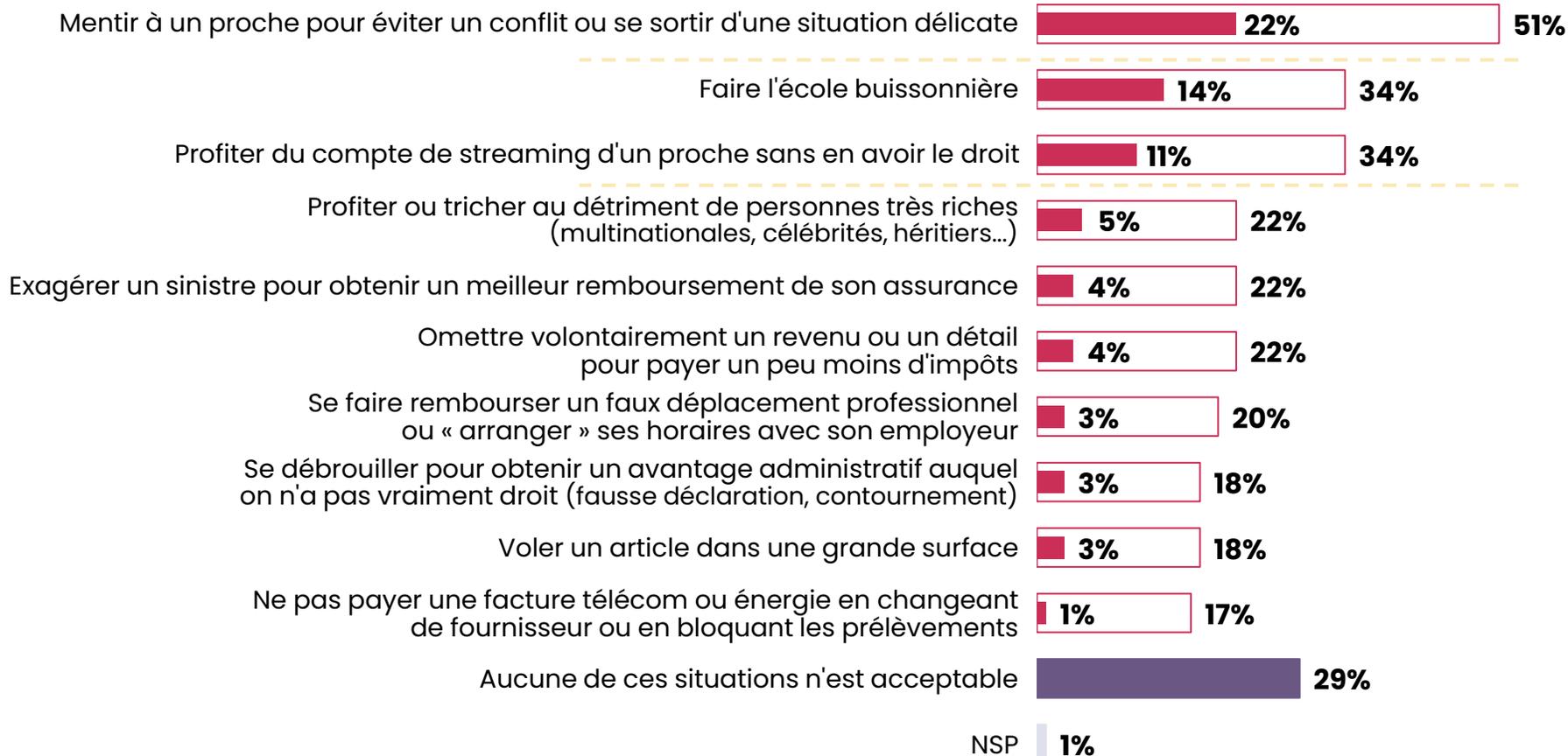
Les situations de « triche » les plus acceptables



1006
personnes

Q. Parmi les situations suivantes, lesquelles vous semblent les moins graves ou les plus justifiables ?
Classez vos réponses de la moins grave à la plus grave

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



Au moins une situation de « triche » jugée acceptable



- En premier
- Au total

Les situations de « triche » les plus acceptables



1006
personnes

Q. Parmi les situations suivantes, lesquelles vous semblent les moins graves ou les plus justifiables ?
Classez vos réponses de la moins grave à la plus grave

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Au total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Au moins une situation de « triche » acceptable	70%	69%	71%	81%	81%	74%	69%	58%	76%	76%	62%
Mentir à un proche pour éviter un conflit ou se sortir d'une situation délicate	51%	49%	53%	59%	51%	51%	50%	47%	56%	50%	48%
Faire l'école buissonnière	34%	32%	36%	40%	43%	26%	39%	30%	31%	34%	37%
Profiter du compte de streaming d'un proche sans en avoir le droit	34%	32%	37%	55%	46%	35%	32%	22%	39%	36%	30%
Profiter ou tricher au détriment de personnes très riches (multinationales, célébrités, héritiers...)	22%	22%	22%	32%	30%	19%	22%	18%	25%	20%	22%
Exagérer un sinistre pour obtenir un meilleur remboursement de son assurance	22%	21%	23%	34%	28%	19%	20%	19%	23%	23%	22%
Omettre volontairement un revenu ou un détail pour payer un peu moins d'impôts	22%	24%	20%	27%	26%	16%	21%	24%	22%	18%	25%
Se faire rembourser un faux déplacement professionnel ou « arranger » ses horaires avec son employeur	20%	20%	21%	33%	27%	20%	18%	15%	24%	20%	18%
Se débrouiller pour obtenir un avantage administratif auquel on n'a pas vraiment droit (fausse déclaration, contournement)	18%	18%	18%	30%	23%	14%	16%	16%	18%	17%	19%
Voler un article dans une grande surface	18%	19%	18%	36%	21%	11%	18%	16%	17%	18%	20%
Ne pas payer une facture télécom ou énergie en changeant de fournisseur ou en bloquant les prélèvements	17%	17%	17%	27%	20%	14%	16%	14%	17%	17%	16%
Aucune de ces situations n'est acceptable	29%	30%	29%	18%	19%	25%	30%	42%	24%	23%	37%

2



Les *arnaques* au sein de la société



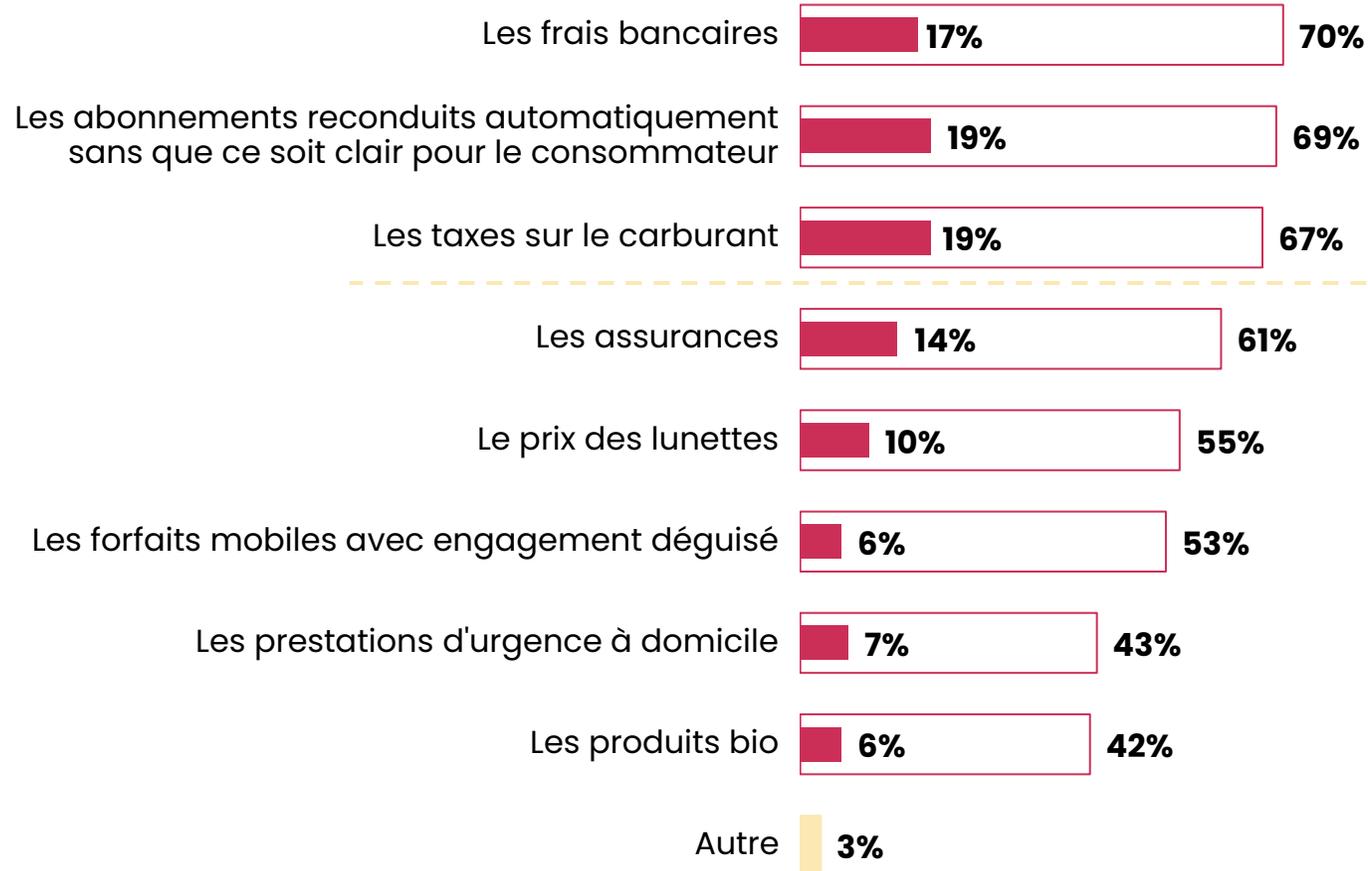
Les pires « arnaques légales » de la société



1006
personnes

Q. Quelles sont, selon vous, les pires « arnaques légales » de notre société ?
Classez vos réponses de la pire à la moins pire

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



● En premier

○ Au total



Les pires « arnaques légales » de la société



1006
personnes

Q. Quelles sont, selon vous, les pires « arnaques légales » de notre société ?
Classez vos réponses de la pire à la moins pire

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Au total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les frais bancaires	70%	70%	71%	60%	66%	73%	76%	69%	72%	73%	67%
Les abonnements reconduit automatiquement sans que ce soit clair pour le consommateur	69%	69%	69%	55%	55%	65%	74%	80%	73%	58%	74%
Les taxes sur le carburant	67%	67%	66%	58%	60%	62%	73%	72%	63%	69%	68%
Les assurances	61%	63%	59%	52%	61%	60%	61%	64%	62%	62%	60%
Le prix des lunettes	55%	56%	55%	43%	44%	52%	65%	61%	55%	52%	58%
Les forfaits mobiles avec engagement déguisé	53%	56%	51%	57%	42%	42%	60%	60%	49%	50%	59%
Les prestations d'urgence à domicile	43%	47%	40%	23%	34%	40%	50%	53%	44%	39%	46%
Les produits bio	42%	46%	38%	33%	31%	33%	47%	55%	36%	40%	48%
Autre	3%	3%	2%	4%	2%	4%	2%	2%	3%	2%	3%



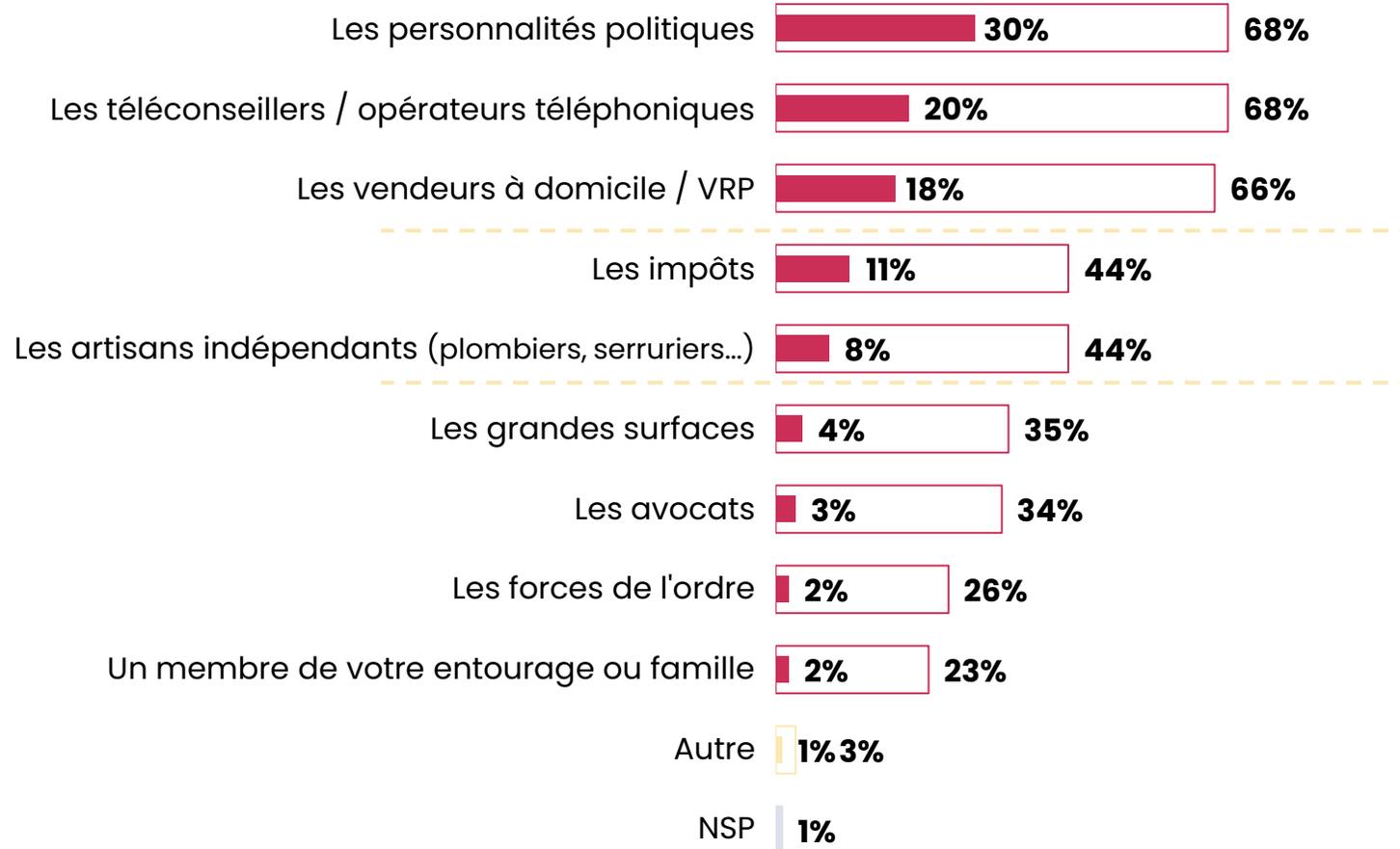
Les visages de l'arnaque : métiers et institutions sous suspicion



1006 personnes

Q. Quand vous entendez le mot « arnaque », à quels métiers, institutions ou personnes pensez-vous en premier ?
Classez vos réponses par ordre de priorité

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



● En premier

○ Au total



Les visages de l'arnaque : métiers et institutions sous suspicion



1006 personnes

Q. Quand vous entendez le mot « arnaque », à quels métiers, institutions ou personnes pensez-vous en premier ?
Classez vos réponses par ordre de priorité

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Au total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les personnalités politiques	68%	68%	67%	68%	56%	65%	74%	71%	62%	72%	69%
Les téléconseillers / opérateurs téléphoniques	68%	67%	69%	58%	57%	65%	70%	78%	68%	60%	74%
Les vendeurs à domicile / VRP	66%	67%	66%	53%	57%	63%	69%	77%	66%	59%	72%
Les impôts	44%	42%	46%	66%	55%	36%	44%	39%	45%	46%	43%
Les artisans indépendants (plombiers, serruriers...)	44%	50%	39%	32%	32%	37%	51%	56%	41%	39%	51%
Les grandes surfaces	35%	35%	35%	31%	29%	31%	38%	40%	32%	34%	38%
Les avocats	34%	38%	31%	32%	31%	27%	34%	45%	27%	32%	42%
Les forces de l'ordre	26%	27%	25%	35%	24%	21%	24%	30%	24%	24%	30%
Un membre de votre entourage ou famille	23%	24%	23%	24%	24%	18%	23%	28%	21%	21%	27%
Autre	3%	2%	3%	1%	2%	4%	3%	1%	4%	1%	3%

3



Le dépannage à domicile



Le sentiment d'avoir été arnaqué lors d'un dépannage à domicile

Q. Vous est-il déjà arrivé d'avoir le sentiment d'avoir été arnaqué par un professionnel lors d'un dépannage à domicile (plombier, serrurier, électricien, etc.) ?

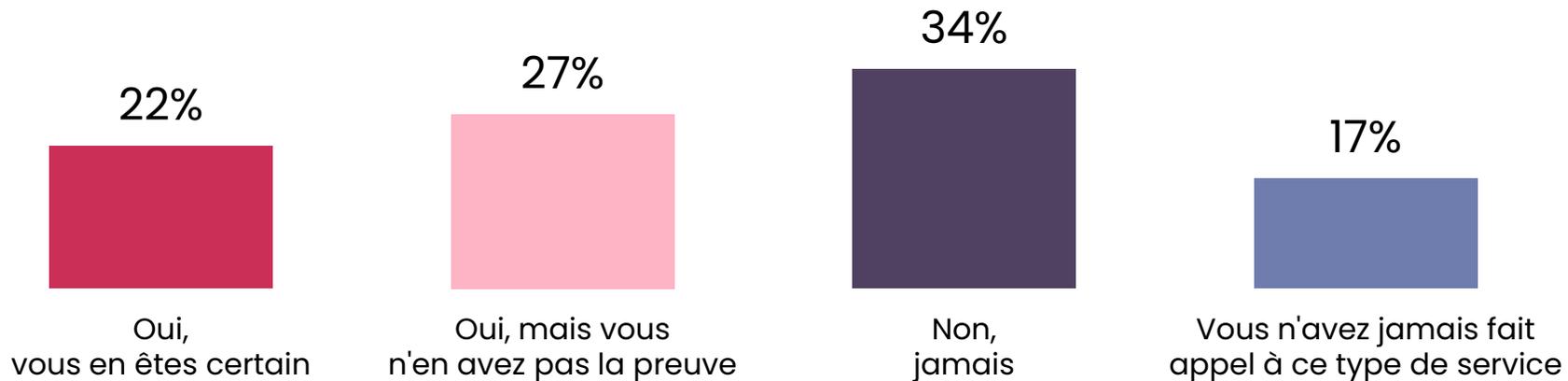


1006 personnes

83%

A déjà fait appel à ce type de service

49%
Oui





Le sentiment d'avoir été arnaqué lors d'un dépannage à domicile



1006 personnes

Q. Vous est-il déjà arrivé d'avoir le sentiment d'avoir été arnaqué par un professionnel lors d'un dépannage à domicile (plombier, serrurier, électricien, etc.) ?

	% Total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total A déjà fait appel à ce type de service	83%	84%	81%	89%	80%	82%	81%	84%	84%	83%	83%
Sous-total Oui	49%	50%	48%	54%	44%	49%	51%	49%	59%	43%	47%
<i>...Oui, vous en êtes certain</i>	22%	21%	23%	17%	24%	22%	24%	20%	29%	21%	17%
<i>...Oui, mais vous n'en avez pas la preuve</i>	27%	29%	25%	37%	20%	27%	27%	29%	30%	22%	30%
Non, jamais	34%	34%	33%	35%	36%	33%	30%	35%	25%	40%	36%
Vous n'avez jamais fait appel à ce type de service	17%	15%	19%	10%	20%	17%	19%	16%	15%	17%	17%



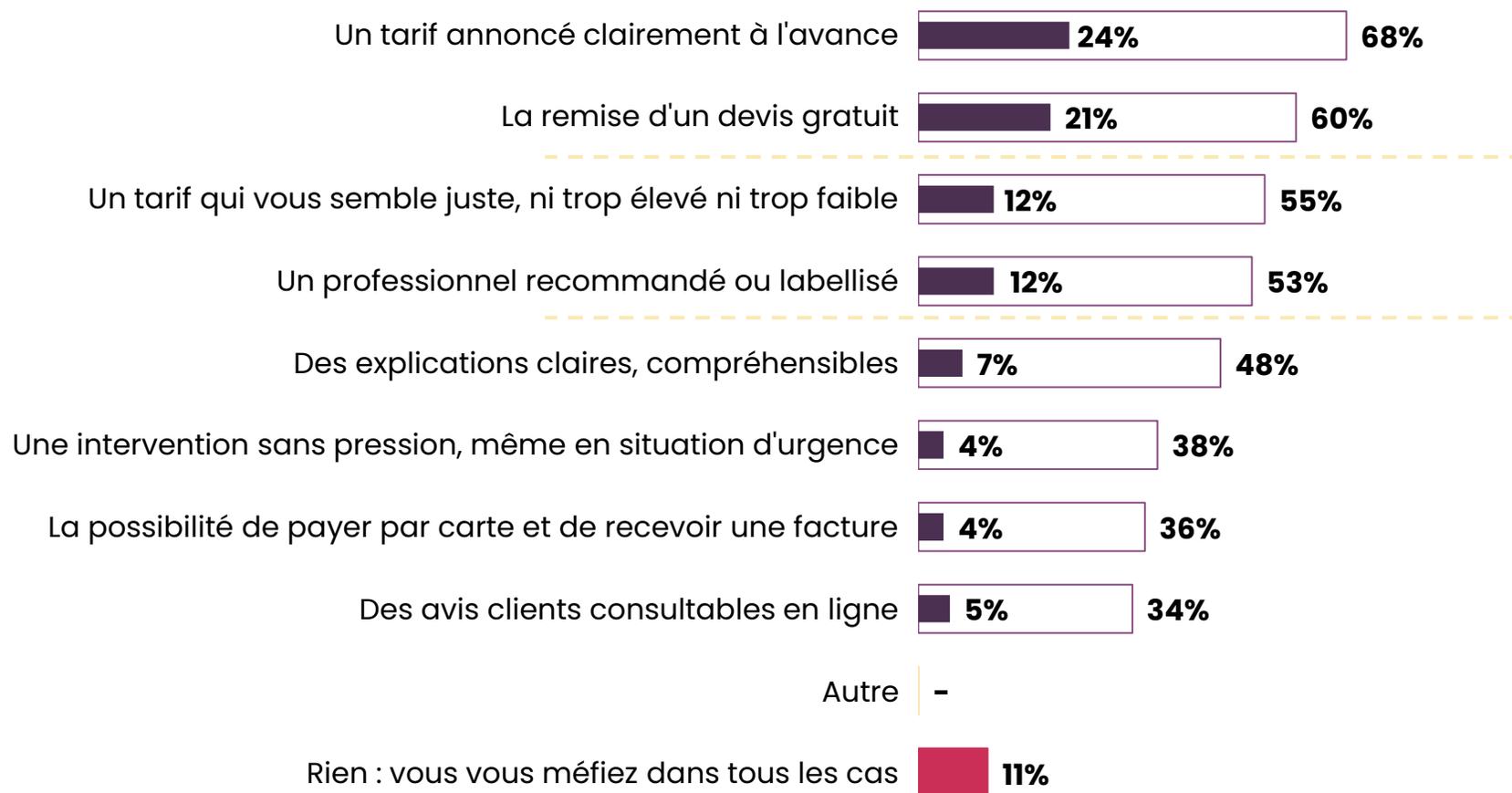
Les gestes qui inspirent confiance lors d'un dépannage à domicile

Q. Quelles pratiques vous rassureraient lors d'un dépannage à domicile ?
Classez vos réponses par ordre d'importance (du plus rassurant au moins important)

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



1006
personnes



● En premier
○ Au total



Les gestes qui inspirent confiance lors d'un dépannage à domicile



1006 personnes

Q. Quelles pratiques vous rassureraient lors d'un dépannage à domicile ? Classez vos réponses par ordre d'importance (du plus rassurant au moins important)

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Au total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Un tarif annoncé clairement à l'avance	68%	67%	69%	62%	55%	69%	67%	78%	68%	58%	75%
La remise d'un devis gratuit	60%	61%	59%	48%	50%	59%	60%	72%	61%	52%	66%
Un tarif qui vous semble juste, ni trop élevé ni trop faible	55%	56%	54%	59%	47%	52%	55%	60%	54%	50%	59%
Un professionnel recommandé ou labellisé	53%	55%	50%	51%	49%	47%	55%	58%	55%	45%	57%
Des explications claires, compréhensibles	48%	47%	48%	52%	44%	40%	45%	59%	46%	40%	55%
Une intervention sans pression, Même en situation d'urgence	38%	37%	40%	36%	35%	32%	39%	47%	39%	30%	45%
La possibilité de payer par carte et de recevoir une facture	36%	34%	38%	46%	34%	27%	33%	44%	35%	29%	42%
Des avis clients consultables en ligne	34%	30%	38%	50%	35%	30%	34%	33%	37%	28%	37%
Rien : vous vous méfiez dans tous les cas	11%	12%	10%	11%	13%	10%	13%	10%	9%	15%	9%

opinionway

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

Enable today, shape tomorrow

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

Restons connectés !



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

Je m'abonne

Vos contacts OpinionWay

Eléonore Quarré

Responsable des études Société
euarre@opinion-way.com

Lisa Corbineau

Cheffe de projets
lcorbineau@opinion-way.com

Tel. +33 1 81 81 83 00

ESOMAR²⁵
Corporate

